



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Carrera de Psicología

**“NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES Y
AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL DISTRITO DE
PUENTE PIEDRA-LIMA, 2024”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autor:

Yeselyn Lizbeth Flores Valverde

Asesor:

Mtro. José Fernando Vega Lujan

<https://orcid.org/0000-0003-4752-1551>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Kelly Magdalena Santa Cruz Caceres
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Claudia Fabiana Parasi Falcon
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Jose Fernando Vega Lujan
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud




19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 18%  Internet sources
- 7%  Publications
- 13%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags




0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 18%  Internet sources
- 7%  Publications
- 13%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
	portal.amelica.org	7%
2	Internet	
	hdl.handle.net	3%
3	Internet	
	repositorio.ucv.edu.pe	2%
4	Student papers	
	Universidad Privada del Norte	2%
5	Student papers	
	Universidad Tecnologica del Peru	<1%

Dedicatoria

Con mucho amor a mis queridos padres, quienes velan por mi día a día. A mi hermano quien me enseñó a perseverar y a seguir luchando por mis sueños, de igual modo a mis abuelos por incentivarne a ser mejor.

A mi pequeño Santiago, por llegar a crear esperanza en mi vida, igualmente a mis tíos, por siempre motivarme a ser cada día mejor.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mis padres, por su total apoyo en cada etapa de mi vida, por siempre confiar en mí, también agradecer a mis docentes que gracias a sus enseñanzas contribuyeron en mi formación profesional.

También agradecer a aquellas bellas amistades que me regalo la etapa universitaria, Gyliardin, Isabel y Liz, mil gracias por los momentos compartidos.

Igualmente agradecer a mi asesor, por siempre darse un tiempo para la revisión y orientación para la redacción de mi tesis.

Tabla de contenidos

Índice de tablas	7
Índice de figuras.....	8
Resumen	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	21
1.3. Objetivos.....	21
1.4. Hipótesis	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
2. CAPÍTULO III: RESULTADOS	32
3. CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	35
4. ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 1.Ficha Técnica de la Escala de Autoestima de Rosenberg	1
Tabla 2.Ficha Técnica de la Escala de necesidad de uso de redes sociales (NURS-MP).....	2
Tabla 3.Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov.....	3
Tabla 4.Correlación entre las variables de necesidad de uso de redes sociales y autoestima.....	4
Tabla 5.Correlación entre autoestima y búsqueda de elogios.....	5
Tabla 6.Correlación entre autoestima y búsqueda de aprobación.	6
Tabla 7.Correlación entre autoestima y tiempo de uso.....	7
Tabla 8.Correlación entre autoestima y satisfacción al uso.....	8

Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama de correlación.	24
---	----

Resumen

El siguiente estudio presentado persiguió la meta explorar la relación entre autoestima y necesidad de uso de redes sociales en estudiantes de un colegio del distrito de Puente Piedra, Lima, 2024. El estudio se centró en la amplitud correlacional, la metodología no experimental y una técnica cuantitativa. La muestra estuvo compuesta por 116 estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria, donde se aplicó la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales y la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales. Se encontró una significancia menor a 0.01, y un coeficiente de asociación de Pearson de -0.350, concluyendo así que existe una asociación negativa y leve entre las variables. Asimismo, se halló una relación de la autoestima con la dimensión de búsqueda de elogios, tiempo de uso y búsqueda de aprobación; sin embargo, se reportó una relación nula con la dimensión satisfacción de uso. Se determinó que los adolescentes que tienen necesidad de uso de redes sociales, presentan bajos niveles de autoestima, y viceversa.

Palabras Claves: Autoestima, redes sociales, necesidad de uso y adolescentes.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad no cabe duda de que las redes sociales son importantes y tiene un impacto en nuestras vidas; nos permiten conectar unos con otros y nos ofrecen un sinfín de opciones en muchas facetas de la vida (Marañón, 2012). En tal sentido, (Morales, 2009, como se cita en Martín, 2015) los adolescentes y jóvenes se sienten atraídos por las redes sociales debido a que les proporcionan un sistema de comunicación a distancia y les permiten satisfacer sus necesidades de comunicación de forma rápida, fácil y amena.

A nivel mundial, en el año 2022 se determinó que, más del 58% de las personas en el mundo emplean redes sociales; también, se menciona que hubo un incremento anual del 10% de usuarios respecto al año 2021, en el contexto de pandemia COVID-19 (Hall, 2022).

En el Perú, según la Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL, 2024) en un censo efectuado en el 2023, encontró que el 91,4% de usuarios en general utiliza el internet para conectarse a las redes sociales; en tal efecto, estas son útiles para el desarrollo de la educación, pues hace posible que profesores y alumnos se comuniquen y trabajen juntos, aumentando la participación; además, que da acceso a recursos educativos (González, 2023). Asimismo, según el reporte de la agencia creativa social We are Social en el año 2019, en Perú, el uso diario de internet aumentó 9,1% entre 2018 y 2019, lo que significa que el 70,4% de la población del país utiliza el servicio (Gamboa et al. 2022).

Por otro lado, según Robinson & Smith (2024) hay pocas investigaciones realizadas respecto a las nuevas tecnologías; sin embargo, se ha encontrado en distintas

investigaciones que el empleo problemático de redes sociales puede traer consigo mayor probabilidad, ansiedad, depresión, soledad, autolesión e incluso pensamientos suicidas. Acotando a ello, Condor et al. (2024), según sus conclusiones, las personas que presentan adicción a Facebook (16.2%) experimentan problemas de sueño (12.5%). Por otro lado, un estudio realizado por Meng et al. (2022), encontraron que un 17.42% personas presentan una mayor propensión a traer consigo una dependencia a las redes sociales.

Los medios sociales muestran contenidos distorsionados, pues, La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2024) en un comunicado de prensa da cuenta de que los contenidos e imágenes que son publicados en las redes sociales son controlados por algoritmos, exponiendo a los adolescentes (principalmente a las mujeres), a contenidos sexuales por medio de videos que reflejan comportamientos inadecuados y modelos corporales poco realistas. En ese sentido, esta información termina siendo perjudicial para la autoestima y la autoimagen. Por ello, según Jacobson (2024), el uso de medios sociales facilita la alteración de la vida de los adolescentes, incentivándolos a mostrar solo los mejores y envidiables momentos hacia a los demás en busca de aceptación. En tal sentido, se crean personajes idealizados facilitando así, la aparición de respuestas emocionales negativas que mellan la auto valía. En nuestro tiempo, una gran cantidad de adolescentes están expuestos a las diferentes plataformas de redes sociales, pues en una investigación realizado por Urbina (2022), hallo que un 92.5% de los adolescentes usa la red social Facebook, seguidamente un 70,1% de ellos hace uso de WhatsApp, mientras que un 56.1% hace lo mismo con Instagram.

Asimismo, a nivel mundial 6 de cada 10 personas usan las redes sociales. De manera específica, dentro del medio oriente se halló que Emiratos Árabes Unidos tenía una penetración de redes sociales de un 115%, siendo el indicador más alto del mundo. Seguidamente, Arabia Saudita y Corea del sur, quienes presentaron un alcance de uso del 96,2% y 93,4% respectivamente (Statista, 2024).

Por otro lado, en estudios realizados en Lima Norte en instituciones públicas, evidencia que el 68,6% de adolescentes pasan mucho tiempo en las redes sociales (Carrión, 2022). Asimismo, una investigación realizada por Díaz & Manrique (2023), afirma que el 82.3% de universitario exhibe un elevado nivel de dependencia a las redes sociales.

Actualmente, tanto jóvenes como los adolescentes exhiben dificultades a nivel de la salud mental, como la depresión y la ansiedad, en tal sentido, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) revela que los adolescentes son los que frecuentemente presentan estos problemas, pues el 4.4% (10 a 14 años) y el 5.5% (15 y 19 años) sufren ansiedad, y el 1.4% (10 a 14 años) y el 3.2% (15 y 19 años) sufren depresión. Por ello, Ortiz et al. (2024) en una investigación realizada en adolescentes, los cambios físicos, corporales, percepción de sí mismo, cambios emocionales y motivacionales, suelen afectar la autoestima en la adolescencia. Asimismo, Chalco et al (2016) mencionan que los jóvenes que carecen de autoestima y tienen poco auto control, son más propensos a convertirse en adictos a las redes sociales.

Respecto a la divulgación a nivel internacional, Nagadandini (2019) realizó una investigación en la India, donde el 8,33% de adolescentes mostró tener una autoestima baja. Por otro lado, un estudio realizado en una Institución Educativa de Ecuador

demonstró que el 40,6% de adolescentes presentan baja autoestima (Soria & Villegas, 2023).

Asimismo, a nivel nacional, algunos estudios realizados sobre la autoestima en el Perú. reportan valores bajos que fluctúan entre el 21.1% al 37% en los departamentos de Puno (Ferreyros, 2019) y Arequipa (Chuquitoma, 2017). Seguidamente, una investigación realizada en Lima Norte, mostró que los adolescentes con baja autoestima representan un 21.8% (Flores, 2023).

Respecto a los antecedentes internacionales, Dulic et al. (2023) en Buenos Aires, Argentina, formularon el objetivo de evaluar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales, con una muestra de participantes cuyas edades oscilan entre 15 a 25 años, donde se aplicó la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales. Los autores encontraron una asociación inversa con los siguientes valores: p-valor de 0,001 y coeficiente de correlación de 0,269.

Del mismo modo, Stevens (2023) en su investigación realizada en México con 730 estudiantes con edades que oscilan entre 11 y 17 años, planteó como objetivo conocer si el uso que tienen los adolescentes de las redes sociales se relaciona con la baja autoestima, aplicando la Prueba de Autoestima para Adolescentes y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales, llegando así a obtener una correlación inversa, es decir que a mayor autoestima menor será el nivel de uso, siendo $r=-0.392$ y $p<.001$.

Por otro lado, Collantes y Tobar (2023) en Ecuador, formularon determinar la correlación entre la autoestima de los estudiantes universitarios y la adicción a las redes sociales, en la que participaron 280 universitarios entre 17 y 25 años, se usó los

instrumentos de Escala de Autoestima de Rosenberg y el Social Media Addiction Scale. Encontrando una asociación inversa entre ambas variables.

Respecto a ello, Avila et al. (2021) en México, en esta investigación participaron 100 estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de Juárez, en la cual se pretendía determinar la relación entre la adicción a las redes sociales, la ansiedad y la autoestima en estudiantes universitarios, usando como instrumento la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos y la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales. Hallaron como resultado una relación inversa; es decir, el grado de adicción a las redes sociales disminuye con el aumento de la autoestima.

Por otro lado, Valdez (2020) en La Paz, Bolivia realizó una investigación planteando determinar en qué medida el uso de redes sociales afecta a la autoestima, teniendo la participación de 44 estudiantes de 16 y 17 años de la Institución Educativa Roberto Perez Patón, usando los instrumentos de medición como el Cuestionario Pirámide de Autoestima y el Cuestionario Uso de Redes Sociales. Concluyendo que se evidencia una asociación significativa, siendo el coeficiente de asociación de Pearson de -0.762.

En relación a los antecedentes nacionales, Gomez (2024) en este estudio participaron 174 estudiantes de secundaria de una institución pública de Chachapoyas, Perú, que cursen el primero y quinto grado. En cuanto al objetivo principal del investigador previamente citado, este fue identificar la existencia de una asociación entre la auto estima y el uso de las redes sociales, las encuestas aplicadas fueron el Cuestionario sobre Uso de Redes sociales, junto al Cuestionario de Autoestima de Stanley Coopersmith, evidenciando que las dos variables tienen una asociación negativa.

Del mismo modo, Bellido (2023) planteó determinar si existe una correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho, Perú. Conformados por 316 estudiantes del 3°, 4° y 5° de secundaria, usando como instrumento de medición el Inventario de Autoestima de Coopermith y el Cuestionario de Adicción a las redes sociales, el autor encontró una asociación significativa y directa entre ambas variables previamente referidas, siendo entonces que el p-valor fue de 0,05 y el coeficiente de correlación de 0,258.

Moreno y Pérez (2023) en Trujillo, Perú formularon establecer la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima, en la cual participaron 92 adolescentes residentes en Alto Moche, usando como instrumento de medición la Escala de Autoestima de Rosenberg y la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales, evidenciando así, las dos variables tienen una asociación significativa entre sí. ($p=0.004$ y $r=0,091$), teniendo en cuenta que el 53,3% de los adolescentes tiene baja autoestima y el 65,2% utiliza mucho las redes sociales.

Por otro lado, Chapilliquen y Puemape (2023) en su investigación realizado en Piura, Perú, el objetivo fue determinar la correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales, para lo cual participaron 341 estudiantes de un colegio del distrito de La Unión con edades entre 13 y 17 años; donde se aplicó la Escala de Adicción a Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Por consiguiente, los autores hallaron que la adicción a redes sociales y autoestima se vinculan de manera negativa, siendo que el p-valor expresado es de 0.000, y el nivel de correlación -0.56.

Por otro lado, Sal y Rosas (2022) en su investigación realizada en Lima, Perú, con una muestra de 100 alumnos de un colegio público de Puente Piedra, con edades entre los

14 y los 18 años, tuvieron como objeto de estudio conocer la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, en la cual usó Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y La Escala de Autoestima de Rosenberg, se encontró la correlación $r = 0.312$, y un $p = 0.002$.

Por otro lado, Valdez (2021) en su investigación realizada en Lima, Perú, formuló el objetivo de demostrar la relación que existe entre la adicción a las redes y la autoestima. En dicha investigación participaron 196 estudiantes entre 15 y 17 años de un colegio perteneciente al distrito de Magdalena del Mar, donde se usó el instrumento denominado Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y Test de Autoestima para Escolares, en la cual se encontró que las variables se correlacionan de forma negativa, siendo la correlación igual a $r = -0.506$ $p = 0.000$.

Finalmente, Robles (2021) en Lima, Perú, propuso determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, con muestra de 244 estudiantes de los grados de tercero, cuarto y quinto de secundaria. Aplicando como instrumento de medición el Inventario de Autoestima de Coopersmith y la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS-MP), demostrando una asociación negativa moderada, con valores de $r = -0.465$ y un de p -valor 0.001.

En este estudio, para la variable autoestima, se encuentran a diversos autores que lo conceptualizan:

Para White (1998, como se cita en Naranjo, 2007) la autoestima se va construyendo a medida que la persona va creciendo, involucrando los aspectos sociales, físicos, emocionales y cognitivos del individuo.

Según la Organización Mundial de la Salud (2021) define la autoestima como un estado completo de bienestar y se considera el ámbito social, físico y psicológico.

Desde la perspectiva de la Sociedad Española de Psiquiatría Infantil (2019) la autoestima es lo que una persona piensa de sí misma y engloba a como la persona se describe así misma (autoconcepto) y a la valoración que se da (autoestima).

Acosta & Hernandez (2004) sostienen que la valoración de nuestras características físicas, mentales y espirituales es la base de nuestra autoestima. La autoestima puede desarrollarse, modificarse y mejorarse.

Respecto a los modelos teóricos, se tiene lo propuesto por Coopersmith (1990) denominada la teoría de la autoestima de Stanley Coopermith centrada en la creencia y aptitud que tiene la persona al enfrentarse al mundo (como se cita en Coronel, 2017).

También, se tiene la Teoría del Sociómetro, se diferencia de las teorías anteriores porque vincula la autoestima a la aprobación y el valor que un individuo recibe de su entorno. Por ello, las personas suelen proteger y mejorar su valor relacional para así aumentar su probabilidad de aceptación interpersonal. (Leary, 2012).

Asimismo, Mézerville (1995) llama a su modelo planteado proceso de la autoestima. Donde habla de los componentes inferidos, conformados por aspectos de la autoimagen, la autovaloración y la autoconfianza; y por otro lado los componentes observables conformada aspectos como el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización.

Por otro lado, según Damiano (2020) sostiene que la autoestima se compone por 3 dimensiones en los adolescentes. La primera dimensión es autoestima alta, la segunda es autoestima media, y la última es la autoestima baja.

En tal sentido, está la Teoría de Reasoner. Según Reasoner (como se cita en Ramos, 2019), la autoestima posee cuatro componentes fundamentales, tales como la autoconciencia, autoaceptación, autoevaluación y autoconfianza.

El presente estudio, se rige bajo la teoría propuesta por Rosenberg (1965, como se cita en Rojas et al., 2009) quien sostiene que la autoestima global es definida como una percepción de uno mismo que puede ser positiva o negativa, que se forma a través de la valoración de las propias características.

En ese mismo sentido, Sanchez et al. (2021) propone que el constructo de estudio es unidimensional; puesto que, existen diversos estudios realizados en Latinoamérica (Burgos et al., 2010; Góngora et al., 2010; Santos y Maia, 2003; Supple y Plunkett, 2011; Supple et al., 2013) que favorecen al postulado de un modelo global.

Respecto a la variable necesidad de uso de redes sociales, se encuentra definiciones de autores como:

Karl Marx define a la necesidad como escasez o carencia, dando a entender que existe una deficiencia de bienes para cubrir la necesidad y al satisfacerla el sujeto puede continuar con su vida individual (Puig, 2012).

Asimismo, el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y el SI (2011) afirma que las redes sociales son un sitio web en el cual las personas se relacionan, comunican y comparten contenidos.

Según Boys y Ellison (2007, como se cita en Gomez 2021) sostienen que las redes sociales actúan como lugares de intercambio de información e interacción entre usuarios.

Respecto a los modelos teóricos, tenemos el postulado de Motivación Humana de Abraham Maslow donde se plantea una jerarquía de necesidades, donde se divide en cinco categorías, que van desde la supervivencia y capacidad de motivación (Quintero, 2017).

Según Ngai et al. (2015) afirman que las redes sociales se constituyen de tres modelos. El primer modelo se orienta a describir las afectaciones de las redes sociales a la conducta de los usuarios, el segundo está orientado a la conducta social al usar plataformas como Facebook o Twitter, el tercero se centra en la influencia de las redes sociales en el comportamiento del individuo (como se cita en Gomez, 2021).

Esta investigación orienta bajo el postulado de Abram Maslow sobre la pirámide de las necesidades, pues las necesidades humanas son jerarquizadas desde las fisiológicas, seguida de seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización (Díaz, 1991).

En ese sentido, Pereda (2017) respalda lo propuesto por Abram Maslow y menciona que la necesidad de uso de las redes sociales conlleva a un inicio de adicción a esta herramienta, tomando en cuenta que las necesidades refieren a una carencia que tiene el ser humano y que estas deben ser satisfechas para un bienestar mental y física de la persona. Asimismo, sostiene que la necesidad de uso de redes sociales se compone por

las dimensiones de búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo al uso y satisfacción al uso.

La primera dimensión, búsqueda de elogios, se caracteriza porque las personas buscan llamar la atención de las otras, en base a ello, en ocasiones muestran partes íntimas de ellos o en otros casos realizan actividades inusuales para llamar la atención, esto se observa mayormente en las personas que sienten que no tienen atención familiar y buscan satisfacer sus necesidades a través de este medio. Por otro lado, la segunda dimensión, búsqueda de aprobación, se refiere a que las personas sienten o tienen la idea errónea de que no pueden permanecer en un grupo, por ello, para satisfacer este impulso y ganarse la aceptación de sus compañeros, intentan unirse a grupos o hacer conocidos. Del mismo modo, la tercera dimensión, tiempo al uso, (Shapira et al. 2000, como se cita en Pereda, 2017), encontraron que al utilizar una herramienta u objeto entre 20 y 28 horas a la semana puede llegar a ser problemático porque se pierde el control sobre las acciones e incluso se puede sentir desequilibrado, angustiado o tentado cuando no se puede utilizar. Por último, la cuarta dimensión, satisfacción al uso, según Maslow (1943, como se cita en Pereda, 2017) menciona que las necesidades deben ser satisfechas, ya que, si esto no se lleva a cabo, el ser humano puede desencadenar problemas en el comportamiento, por ello, este factor se manifiesta al crearse el placer de interacción en las redes sociales que experimenta el ser humano.

Por consiguiente, Pereda (2017) relaciona la teoría de las necesidades con las redes sociales al señalar que las personas utilizan las redes sociales para satisfacer sus necesidades de autoestima, afecto y pertenencia porque a través de ellas pueden interactuar con otras personas y acceder a otros contenidos de ocio.

Respecto a la justificación teórica del estudio, busca conocer como está relacionada la autoestima y la necesidad de uso de redes sociales en adolescentes porque, al encontrarnos en un mundo moderno, la gran mayoría de personas hacen uso de las redes sociales para interactuar con sus compañeros, establecer rutinas, vestir con estilo y estar al día de las nuevas tendencias.

A nivel práctico, busca impulsar a posteriores investigaciones, con la finalidad de implementar diferentes tipos de intervenciones como charlas con el propósito de concientizar a la población y psico educar respecto a las consecuencias, pues, todas las personas están expuestas a determinadas situaciones tanto positivas como negativas, de manera más específica, cuando se publica alguna foto o contenido, este recibe tanto comentarios buenos y malos, esto puede repercutir en la persona, ya sea aumentando su ego o dañando su autoestima, muchas veces se observa que muchos usuarios se ven afectados seriamente por estos hechos que incluso llegan a lesionarse o aislarse de todo.

A nivel social, se busca dar a conocer la necesidad de uso de las redes sociales en los adolescentes y analizar cómo esto puede afectar a la sociedad en general, y cómo ello repercute en la valía personal y como el individuo se comporta dentro de su contexto, luego de haber estado expuesto a las redes sociales, para así concientizar a la población.

1.2. Formulación del problema

¿Qué relación existe entre la necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024?

1.3. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Objetivos específicos

Determinar la correlación entre búsqueda de elogios y autoestima de los en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Identificar la asociación existente entre búsqueda de aprobación y autoestima de los en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Determinar la relación entre tiempo de uso y autoestima de los adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Identificar la asociación existente entre satisfacción al uso y autoestima de los en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

1.4. Hipótesis

Hipótesis general

Hg: Existe relación entre la necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Hipótesis específicas

H1: Existe correlación entre la búsqueda de elogios y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

H1: Existe asociación entre la búsqueda de aprobación y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

H1: Existe relación entre el tiempo de uso y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

H1: Existe asociación entre la satisfacción al uso y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Este estudio es de tipo básica, según Castro et al. (2023) la investigación básica se refiere esencialmente a estudios teóricos orientados a la adquisición de nuevos saberes sobre la base de fenómenos físicos de hechos perceptibles.

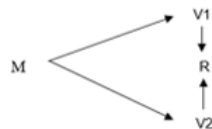
Asimismo, tiene un enfoque cuantitativo, pues Cedeño et al. (2023) mencionan que el método cuantitativo tiene un énfasis en la medición y estudio numérico de los datos, centrándose en la obtención de resultados cuantitativos que faciliten vínculos causales y patrones de conducta a gran escala.

Respecto al diseño no experimental, Arispe et al. (2022) afirma que es cuando no hay manipulación de las variables, puesto que, los fenómenos se perciben de forma natural, para luego examinarlos.

Por último, se tuvo alcance correlacional, Bilboa & Escobar (2020) afirman que el objetivo de la investigación correlacional es determinar si dos o más variables están estadísticamente relacionadas.

Figura 1

Diagrama de correlación.



M: Estudiantes de 3ro a 5to de secundaria

V1: Necesidad de uso de redes sociales

V2: Autoestima

R: Correlación de ambas variables

En relación a la población, se compuso por 151 alumnos de un colegio público del distrito de Puente Piedra, que cursaban los grados de tercero, cuarto y quinto de secundaria. Así pues, López (2004) explica que el grupo de personas sobre el que se busca información en un estudio se conoce como población.

En tal sentido, la muestra fue de 116 estudiantes. Según Arias y Coviños (2021) la muestra es definida como un subgrupo elegido de entre toda la población con la intención de realizar un análisis y hacer inferencias sobre ella.

Seguidamente, se identificó una participación de 61 estudiantes mujeres y 55 estudiantes varones del nivel de secundaria. En lo que concierne a la edad de los participantes, 11 estudiantes se situaron en una edad de 14 años, 46 de 15 años, 39 de 16 años y mientras que 20 se ubicaron en una edad de 17 años. Finalmente, la cantidad de estudiantes se distribuyó según el grado escolar, en tercero 45 estudiantes, en cuarto 42 estudiantes y en quinto 29 estudiantes.

En relación al tipo de muestreo, este estudio empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia, donde Hernandez & Carpio (2019) sostienen que este tipo de muestreo consiste en que los individuos con las características requeridas son seleccionados deliberadamente de la población que se da por medio de convocatorias abiertas y a las que las personas acuden voluntariamente.

Por consiguiente, se tomaron en cuenta los criterios de inclusión, las cuales fueron: estudiantes que cursen los grados elegidos para la investigación; que tengan edades entre 14 a 17 años; que están matriculados en el año académico escolar; que hayan asistido el día que se aplicó los instrumentos; y deben contar con la autorización firmada previamente por los padres de familia o apoderados. No obstante, en los criterios de

exclusión no se consideró a los estudiantes no pertenecientes a tercero a quinto grado de secundaria; asimismo, si no se cumple los criterios previamente mencionados.

La recopilación de la información se llevó a cabo a través de encuestas, es así que, Bustamante et al. (2023) mencionan que la encuesta es un método de investigación empleado con la finalidad de recolectar datos de una cantidad representativa de sujetos, también cabe mencionar que es una herramienta de fácil acceso y adaptable.

Respecto a los instrumentos que se emplearon, se detalla las siguientes fichas técnicas:

Tabla 1

Ficha Técnica de la Escala de Autoestima de Rosenberg

Nombre original	Rosenberg Self-Esteem Scale
Nombre	Escala de autoestima de Rosenberg
Autor	Morris Rosenberg
Procedencia	Estados Unidos
Creación	1965
Significación	Evaluar el sentimiento de satisfacción que una persona tiene consigo misma
Dimensiones	Unidimensional
Administración	Individual y grupal
Rango de aplicación	Adolescentes de 10 a 17 años.
Duración	5 minutos
Tipo de Ítem	Escala de Likert
Ámbitos de aplicación	Clínico y Educativo.
Materiales	Manual de registros y hoja de respuestas
Adaptado por	Sánchez et al. (2021).
Corrección	Cada ítem se valora con un puntaje del 1 al 4 (Muy en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo). La suma de las puntuaciones directas de los ítems 1, 3, 4,

	6 y 7 y las puntuaciones invertidas de los ítems 2, 5, 9 y 10 da la puntuación.
Interpretación	La puntuación final oscila entre 9 y 39. Las puntuaciones más altas indican una mayor autoestima, mientras que las puntuaciones bajas una menor autoestima.

El instrumento fue adaptado y validado en Perú por Sánchez et al. (2021) en un total de 715 adolescentes y los resultados muestran una adecuada fiabilidad, donde el coeficiente de Omega refleja un valor de 0,698, evidenciando una óptima consistencia interna. En su versión original posee 10 ítems, pero se omite el ítem 8 debido a que es un ítem ambiguo a nivel de Latinoamérica, Asia y África. Por lo cual, se compone de 9 ítems que conforman una dimensión unidimensional (autoestima global). Por lo que, el instrumento de medición tiene una confiabilidad y validez adecuada para ser aplicada en contexto peruano.

Respecto a los puntos de corte, el instrumento contiene un baremo donde a mayor puntaje cercano a 39, indica una adecuada o alta autoestima. Asimismo, un puntaje inferior indica una baja autoestima.

Tabla 2

Ficha Técnica de la Escala de necesidad de uso de redes sociales (NURS-MP)

Nombre Original	Escala de necesidad de uso de redes sociales (NURS-MP)
Nombre	Escala de Necesidad de Uso de Rede Sociales
Autor	Miguel Ángel Pereda Pichilingue
Procedencia	Universidad César Vallejo, Perú
Creación	2016
Significación	Técnica psicométrica útil para determinar si los adolescentes tienen la necesidad de utilizar las redes sociales, además de identificar los factores que conllevan al desarrollo de este problema.
Dimensiones	Búsqueda de elogios, satisfacción al uso, búsqueda de aprobación y tiempo al uso.
Administración	Grupal y personal.
Rango de aplicación	Estudiantes de 3 a 5to de secundaria.
Duración	10 minutos
Tipo de Ítem	Escala de Likert
Ámbitos de aplicación	Clínico, Educativo e Investigación.
Materiales	Manual de registros y hoja de respuestas

Corrección	Cada ítem se valora con un puntaje del 1 al 4 (Nunca, casi nunca, siempre y casi siempre). Se suma de forma directa las puntuaciones obtenidas en cada ítem.
Interpretación	Las puntuaciones de 1 a 33 indican baja necesidad de uso de redes sociales; mientras que, de 34 a 66 un nivel medio y una puntuación de 67 a 99 un nivel alto de necesidad de uso de redes sociales.

Instrumento diseñado en Perú y está conformado por 21 ítems que se agrupan a cuatro dimensiones: 1) Búsqueda de elogio; 2) Búsqueda de aprobación; 3) Tiempo de uso 4) Satisfacción al uso. En cuanto a las propiedades psicométricas, confiabilidad es adecuada, debido al alfa de Cronbach de 0,853.

La escala de necesidad de uso de redes sociales posee los siguientes baremos, nivel bajo (1 - 33), nivel medio (34 - 66) y nivel alto (67 - 99).

En relación al procedimiento, se pidió al director del centro educativo la autorización necesaria para recopilar datos, luego se envió a los estudiantes los consentimientos informados impresos. En ese sentido, estos documentos debían ser firmados por los padres o apoderados, luego los mismos estudiantes llenaron el asentimiento informado. Cabe recalcar que no se necesitan datos personales como parte de la investigación; por ello, solo se pedirá llenar las iniciales de su nombre.

La recolección de datos se realizó mediante los tests impresos de la Escala de Autoestima de Rosenberg y Escala de necesidad de uso de redes sociales, que se aplicó de manera presencial en la Institución Educativa, todo el proceso se realizó durante dos

semanas, aplicando los instrumentos en cada uno de las secciones durante aproximadamente 30 minutos, ya que se tenía que esperar a que cada estudiante termine con el llenado de las pruebas.

Finalizado el recojo de la información, se revisó cada una de las hojas de respuesta cerciorándose que todas estén llenadas correctamente. Luego, se trasladó la información que se obtuvo a una base de datos en el programa Excel, donde se organizó la data en función a las dimensiones de cada variable. Posteriormente, se realizó el análisis de la data donde se empleó el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 29. Así pues, se empezó con el análisis del comportamiento de la muestra empleando la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov; por lo que, se determinó el uso de la prueba paramétrica de Pearson, para analizar los objetivos del estudio.

Respecto a los aspectos éticos, se siguió El Código Ético del Investigador de la UPN (2023), que destaca la necesidad de respetar los derechos de los participantes en el estudio. En consecuencia, los participantes debían firmar un formulario de consentimiento informado. Si son menores de edad, necesitan el permiso de sus padres. Además, se garantizó la confidencialidad de los datos, ya que el investigador sólo podía facilitar a terceros las respuestas dadas y no podía revelarlas. Por último, también se tuvo en cuenta el Código de Ética del Psicólogo (2017), que estipula que se deben citar las fuentes de los datos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Tabla 3

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
Necesidad de uso	0,074	116	0,116
Autoestima	0,064	116	0,200

En la tabla 3 se observa un p-valor de 0,116 para necesidad de uso y de 0,200 para autoestima; por ende, los valores son interpretados como normales y se emplea la prueba paramétrica de Pearson.

Tabla 4

Correlación entre necesidad de uso de redes sociales y autoestima.

			Autoestima
R de Pearson	Necesidad de uso de redes sociales	Coefficiente de correlación	-0,350
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	116

En la tabla 4, se determina una relación significativa (p-valor <0,01), negativa y de magnitud leve (-0.350); por ende, se rechaza la hipótesis nula. Así pues, una variable disminuye y la otra aumentan de grado.

Tabla 5

Correlación entre autoestima y búsqueda de elogios.

			Autoestima
R de Pearson	Búsqueda de elogios	Coefficiente de correlación	-0,269
		Sig. (bilateral)	0.001
		N	116

En la tabla 5, se observa una relación significativa (p-valor 0,001), inversa y de magnitud baja (-0,269), por lo cual se acepta la hipótesis del investigador, esto quiere decir que, si un valor aumenta, el otro disminuye.

Tabla 6

Correlación entre autoestima y búsqueda de aprobación.

			Autoestima
R de Pearson	Búsqueda de aprobación	Coefficiente de correlación	-0,317
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	116

En la tabla 6, se puede apreciar una asociación significativa (p-valor 0,001), negativa y de intensidad leve (-0,317) entre la dimensión Búsqueda de aprobación y la autoestima. Por ende, se acepta la hipótesis del investigador; puesto que, si uno de los valores se incrementa el otro disminuye.

Tabla 7

Correlación entre autoestima y tiempo de uso.

			Autoestima
R de Pearson	Tiempo de uso	Coefficiente de correlación	-0,329
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	116

En la tabla 7, se observa una relación significativa (p-valor <0,01) negativa y de magnitud baja (-0,329) entre la dimensión Tiempo al uso y la autoestima. Rechaza la hipótesis nula, ya que, si una de la variable aumenta, la otra tiende a disminuir.

Tabla 8

Correlación entre autoestima y satisfacción al uso.

			Autoestima
R de Pearson	Satisfacción al uso	Coefficiente de correlación	-0,106
		Sig. (bilateral)	0,258
		N	116

En la tabla 8, se evidencia una relación nula (p-valor 0,258) entre la variable autoestima y dimensión Satisfacción al uso. Por lo que se rechaza la hipótesis del investigador.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La meta principal de este estudio fue identificar cómo se relacionan la autoestima y la necesidad de utilizar las redes sociales en un colegio ubicado en el distrito de Puente Piedra, Lima, en el año 2024. Por ello, los resultados muestran una significancia menor a 0.01, y un coeficiente de asociación de Pearson de -0.350, evidenciando una relación inversa y de magnitud leve. En este aspecto, los resultados son semejantes a los estudios reportados por diversos autores a nivel internacional, por ejemplo, Dulic et al. (2023); Stevens (2023); Collantes y Tobar (2023); Ávila et al. (2021); y Valdez (2020), los cuales han abordado el estudio de ambas variables y hallaron la existencia de una relación negativa. Así pues, a pesar de haber una diferencia a nivel sociocultural, de características de los participantes de la muestra, y de la variabilidad de uso de distintos instrumentos, no ha influido en hallar resultados similares de asociación inversa entre las variables investigadas. De la misma manera, los resultados reportados en este estudio tienen similitud con otros estudios realizados por autores a nivel nacional, Gomez (2024); Bellido (2023); Moreno y Pérez (2023); Chapilliquen y Puemape (2023); Sal y Rosas (2022); y Valdez (2021), quienes reportaron una relación inversa entre ambas variables. Por consiguiente, el postulado de las necesidades tiene una relación con las redes sociales; puesto que, la persona al presentar la necesidad de satisfacer el sentido de amor, pertenencia, y la necesidad de autoestima, la persona opta por usar las redes sociales, ya que, encuentra en ello el medio para satisfacer mediante la interacción con los demás y otros contenidos de diversión (Pereda, 2017).

Identificar como se correlación la autoestima y la dimensión de búsqueda de elogios fue el primer objetivo específico. Así pues, se obtuvo una significancia de 0,001 y un coeficiente de correlación de -0,269, esto quiere decir que, existe una relación

negativa y de magnitud baja. En ese sentido, este resultado tiene semejanza con el estudio reportado por Robles (2021), quien encontró una relación negativa de intensidad moderada ($p=0,001$ y $R=-0,426$). Por tal motivo, esto sugiere que la búsqueda de elogios aparentemente está asociada a la autoestima. No obstante, este resultado debe de contrastarse con investigaciones futuras, por lo cual, se deja abierta la posibilidad para que futuras investigaciones ayuden a clarificar el panorama respecto a la correlación.

A cerca del segundo objetivo específico, se estableció identificar la asociación entre la dimensión búsqueda de aprobación y la autoestima. Ante ello, el resultado dio una significancia de 0,001 y un coeficiente de asociación de -0,317, lo que indica que, existe una relación negativa y de magnitud baja. Este resultado tiene similitud con el estudio reportado por Robles (2021), quien obtuvo una relación negativa de intensidad moderada ($p=0,001$ y $R=-0,497$). Así pues, esto sugiere que la búsqueda de aprobación probablemente está asociada a la autoestima. No obstante, este resultado debe de contrastarse con investigaciones futuras, por lo cual, la posibilidad sigue abierta para que futuras investigaciones ayuden a clarificar el panorama respecto a la correlación.

En lo que se refiere al tercer objetivo específico, se pretendió identificar la relación entre la dimensión tiempo de uso y autoestima. Ante ello, se obtuvo una significancia 0,001 y un coeficiente de correlación de -0,329, evidenciando una relación inversa y de intensidad baja. Este resultado obtenido tiene similitud con diversos estudios, donde se reportaron una relación negativa por Bellido (2023); Collantes y Tovar (2023); Chapilliquen y Puemape (2023); Battistesa et al. (2023); Moreno y Perez (2023); Barrera y Ramirez (2023); Robles (2021) y Valdez (2021). Habría que mencionar que, estos autores emplearon diferentes instrumentos para medir las variables, pero ello ejerció de influencia para obtener resultados similares al de este estudio; por lo que, se sugiere que

posiblemente haya una relación entre tiempo de uso y autoestima. Sin embargo, Barrera y Ramírez (2023) encontraron una relación nula, por lo cual, se deja abierta la posibilidad para que futuras investigaciones ayuden a clarificar el panorama respecto a la correlación.

En lo que respecta al cuarto objetivo específico, fue determinar la relación entre la dimensión de satisfacción de uso y autoestima. El resultado que se obtuvo fue de una significancia de 0,258 y un coeficiente de asociación de -0,106, lo que señala que, no existe una relación. Este resultado difiere a lo reportado por Robles (2021), quien obtuvo una relación negativa de intensidad baja ($p=0,001$ y $R=-0,344$). Este contraste sugiere que la satisfacción al uso probablemente no tenga una asociación con la autoestima. Por ende, los resultados muestran en su mayoría una asociación entre las variables; no obstante, dicha relación encontrada puede presentarse de manera distinta en la literatura por el uso de otros instrumentos que no son similares al del presente estudio, la presencia de otras variables que no han sido consideradas, por ejemplo, la variable socio cultural, características particulares que conforman a la muestra, entre otras.

A respecto de las limitaciones para el desarrollo del presente estudio, no se pueden extrapolar los resultados a otras poblaciones situadas en diferentes departamentos a nivel nacional, debido a que los datos fueron recogidos de una sola institución educativa y porque cada grupo etario (adolescentes) refleja un contexto diferente. Además, cabe mencionar que existe poca literatura que sea accesible en línea, debido a que las investigaciones realizadas anteriormente estaban con visualización privada, tanto en documentos locales como nacionales, dificultando el empleo de más antecedentes que demuestren la asociación de ambas variables de estudio y las correlaciones de los factores de la necesidad de uso de las redes sociales en relación con la autoestima. En consecuencia, se optó por emplear investigaciones a las que se ha tenido acceso libre.

En lo que concierne a las implicancias teóricas, este estudio se origina partiendo del contexto de los estudios previamente realizados que han buscado hallar una relación de la autoestima con la necesidad de uso de redes sociales. En tal sentido, el presente trabajo busca brindar mayor conocimiento sobre la relación que existe entre las variables en la literatura científica. Asimismo, la información obtenida busca fomentar en los investigadores a realizar futuros estudios manteniendo la línea de investigación y la población de alumnos de secundaria en distintos departamentos a nivel nacional.

Ante la información expuesta anteriormente, se describen las siguientes conclusiones:

En relación al objetivo medular del estudio, se concluye que la necesidad de uso de las redes sociales tiene una relación negativa significativa ($p=0.01$) y de leve intensidad ($R=-0.350$) con la autoestima, esto quiere indicar que los adolescentes que presentan mayores niveles de necesidad de uso de redes sociales, reflejan niveles bajos de autoestima y viceversa.

En cuanto a los objetivos específicos, en el primer objetivo, se concluye que la dimensión búsqueda de elogios tiene una correlación negativa significativa ($p=0,001$) y de baja intensidad ($-0,269$) con la autoestima. En ese sentido, los estudiantes que muestran mayor necesidad de búsqueda de elogios de sus pares, manifiestan una baja autoestima.

Respecto al segundo objetivo, se determina que la dimensión búsqueda de aprobación tiene una correlación negativa significativa ($p=0,001$) y de baja intensidad ($-0,317$) con la autoestima. En tal sentido, los estudiantes que reflejan mayor necesidad o deseo de obtener el reconocimiento de los demás, tienden a presentar una baja autoestima.

A respecto del tercer objetivo, se concluye que la dimensión tiempo de uso tiene una correlación negativa significativa ($p=0,001$) y de baja intensidad ($-0,329$) con la autoestima. Por consiguiente, los adolescentes que denotan mayor necesidad de usar las redes sociales por un periodo de tiempo, tienen una tendencia a presentar niveles bajos de autoestima.

Por último, el cuarto objetivo, se concluye que la dimensión satisfacción al uso no tiene una correlación ($p=0,258$) con la autoestima, esto sugiere que, los adolescentes al experimentar diferentes grados de satisfacción, no hay una tendencia a que reflejen a la misma vez un nivel alto o bajo de autoestima.

REFERENCIAS

- Acosta, R. & Hernández, J. (2004). *La autoestima en la educación. Límite*. Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología, 1(11), 82 - 95
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83601104>
- Arias, J. & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques consulting eirl <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arispe, C.; Yungali, J.; Guerrero, M.; Lozada, O.; Acuña, L. & Arellano, C. (2022). *La investigación científica: una aproximación para los estudios de posgrado*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20CIENT%C3%8DFICA.pdf>
- Ávila, J., Capps, J. & Portillo, V. (2021). *Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios*. Enseñanza e Investigación en Psicología, 3(1), 139-149.
<https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116/113>
- Barrera, K. & Ramírez, C. (2024). *Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de 4.º año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Continental.
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/16572>
- Bellido, L. (2023). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Continental.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13867/8/IV_FHU_501_TE_Bellido_Quica%C3%B1o_2023.pdf

- Bilboa, J. & Escobar, P. (2020). *Investigación y educación superior*. Lulu.com
<https://books.google.com.pe/books?id=W67WDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Carrión, A. (2022). *Uso desmedido de redes sociales y conductas agresivas en adolescentes de una institución pública de Lima Norte, 2021*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81390/Carri%
b3n_UAT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81390/Carri%c3%b3n_UAT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bustamante, W.; Castillo, R.; Loiza, R.; Martel, C.; Medina, M & Rojas, C. (2023). *Metodología de la investigación, técnicas e instrumento de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
[https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/
157?inline=1](https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1)
- Castro, J., Gómez, L., y Camargo, E. (2023). *La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI*. Tecnura, 27(75), 140–174. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Cedeño, R., Maldonado, I. & Vizcaino, P. (2023). *Metodología de la Investigación Científica: Guía Práctica*.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620>
- Challco, K., Jaimes, S. y Rodríguez, Sh. (2016). *Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria*. Revista Científica de Ciencias de la Salud. [https://www.researchgate.net/profile/Jania-
Jaimes/publication/325407014_Riesgo_de_adiccion_a_redes_sociales_autoesti
ma_y_autocontrol_en_estudiantes_de_secundaria/links/5c465732299bf12be3d9](https://www.researchgate.net/profile/Jania-Jaimes/publication/325407014_Riesgo_de_adiccion_a_redes_sociales_autoestima_y_autocontrol_en_estudiantes_de_secundaria/links/5c465732299bf12be3d9)

[eb08/Riesgo-de-adiccion-a-redes-sociales-autoestima-y-autocontrol-en-estudiantes-de-secundaria.pdf](#)

Chapilliquen, K. & Puemape, L. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión, 2023* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/128054/Chapilliquen_LKL-Puemape_RLMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chuquitoma, L. (2017). *Redes sociales y su influencia en la autoestima de adolescente del nivel secundaria en la Institución educativa Manuel Muñoz Najar, Arequipa-2016*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Alas Peruanas.

https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/340/Tesis_Redess%20sociales_Autoestima_Adolescentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Collantes, K. & Tobar, A. (2023). *Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios: social media addiction and its relationship with self-esteem in university students*. LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 4(1), 848–860.

<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>

Coronel, F. (2017). *Talleres de autoestima basados en la teoría de Stanley Coopersmith, Nathaniel branden y otros para mejorar la baja autoestima y elevar el rendimiento escolar de las estudiantes del 3° grado “a” de educación secundaria de menores de la I.E. N° 81002 “Javier Heraud” del distrito de Trujillo, provincia Trujillo - región La Libertad- 2014* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Pedro Ruiz

Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/6401/BC->

TES-TMP-

[748%20CORONEL%20FLORINDEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Condor, N.; Figueroa, J. & Valle, W. (2024). *Adicción a Facebook y problemas de sueño en universitarios peruanos tras la pandemia de COVID-19*. Heliyon, 10(2).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844024004146>

Damiano, J. (2020). *Nivel de autoestima en estudiantes de educación primaria de San Jerónimo, Apurímac-2021*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Autónoma de ICA. Perú.

<http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/bitstream/autonmadeica/1531/1/PDF%20TESIS%20-DAMIANO%20OSCCO%20JESSICA.pdf>

De la Fuente, V., Sánchez, A. & Ventura, J. (2021). Modelos factoriales de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes peruanos. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 26 (1), 47-55.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26773/Factorial%20modelos%20of%20rosenberg%20self-esteem%20scale%20in%20peruvian%20adolescents.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Diaz, D. & Manrique, K. (2023). *Adicción a redes sociales y agresividad en estudiantes universitarios de Lima Norte, 2023*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/118947/Diaz_OD-Manrique_HKJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Diaz, S. (1991) *Motivación y personalidad*. Ediciones Diaz de Santos S.A
<https://bataloso.com/wp-content/uploads/2021/09/Maslow-Abraham-Motivacion-Y-Personalidad.pdf>
- Dixon, S. (2 de mayo del 2024). *Redes sociales: penetración del uso activo en países y territorios seleccionados en 2024*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/282846/regular-social-networking-usage-penetration-worldwide-by-country/>
- Dulic, N., Preuss, M., & Justo, M. (2023). *Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires*. *Psicología Del Desarrollo*, 4, 72-92. <https://doi.org/10.59471/psicologia2023203>
- Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones. (2024, 31 de octubre). ERESTEL: los peruanos hacen mayor uso de internet para acceder a redes sociales y mensajería instantánea [Comunicado de prensa].
<https://www.gob.pe/institucion/osiptel/noticias/1049816-erestel-los-peruanos-hacen-mayor-uso-de-internet-para-acceder-a-redes-sociales-y-mensajeria-instantanea>
- Ferreyros, L. (2019). *Comunicación familiar y autoestima en estudiantes de secundaria de la ciudad de Puno, Perú*. ESPACIOS.
<https://w.revistaespacios.com/a19v40n44/a19v40n44p07.pdf>
- Flores, M. (2023). *Habilidades sociales y autoestima en adolescentes usuarios del centro de salud de lima norte 2023*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Federico Villareal.
https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/8201/UNFV_FP

[Flores Chavez Marisol Titulo profesional 2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

y

Gamboa, G.; Peña, Y. & Manzanares, E. (2022). *Evidencias psicométricas de la escala de riesgo de adicción-adolescente en redes sociales e internet en estudiantes peruanos*. Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes, 9(1), 62 – 71.

<https://www.revistapcna.com/sites/default/files/2123.pdf>

Global Education Monitoring Report. (15 de agosto del 2024). *Un nuevo informe de la UNESCO advierte que las redes sociales afectan el bienestar, el aprendizaje y las opciones profesionales de las niñas*. [Comunicado de prensa].

[https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-](https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-)

[advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-](https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-)

[y#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-](https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-)

[.Un%20nuevo%20informe%20de%20la%20UNESCO%20advierte%20que%20l](https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-)

[as%20redes,opciones%20profesionales%20de%20las%20ni%C3%B1as](https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-#:~:text=Comunicado%20de%20prensa-)

Gomez, J. (2021). *Estudiar las redes sociales: perspectivas teóricas para un análisis*.

Mediaciones, 26 (17), 190-203.

<https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.17.26.2021.190-203>

Gomez, J. (2024). *Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública. Chachapoyas, 2023* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional

Rodriguez de Mendoza de Amazonas.

<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3755/Jheyini%20>

[Gomez%20Occ%20-%20FACISA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3755/Jheyini%20Gomez%20Occ%20-%20FACISA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Gonzales, K. (2023). *Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(4), 579-593.
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6897>
- Hall, S. (26 de enero del 2022). *Digital report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. We are social
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Hernández, C. & Carpio, N. (2019). *Introducción a los tipos de muestreo*. Revista Científica del Instituto Nacional de Salud, 2(1), 75-79.
<https://www.redalyc.org/pdf/7622/762279683009.pdf>
- Jacobson, R. (28 de junio de 2024). *Redes sociales y baja autoestima*. Child Mind Institute.
<https://childmind.org/es/articulo/las-redes-sociales-y-la-baja-autoestima/>
- Leary, M. (2012). *Teoría del sociómetro*. Manual de teorías de la psicología social, 151-159. <https://doi.org/10.4135/9781446249222.n33>
- Lopez, P. (2004). *Población muestra y muestreo*. Punto Cero. 9(8).69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Marañón, C. (2012). *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet*. Aposta: revista de ciencias sociales, 1(54), 1-16.
<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950250003.pdf>
- Martín, M. (2015). *Jóvenes y redes sociales*.
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2511/Jovenes%20Y%20redes%20sociales.pdf>

- Meng, S.; Cheng, J.; Li, Y.; Yang, X.; Zheng, J.; Chang, X.; Shi, Y.; Chen, Y.; Lu, L.; Sun, Y.; Bao, Y. & Shi, J. (2022). *Global prevalence of digital addiction in general population: A systematic review and meta-analysis*. Elsevier. *Clinical Psychology Review*. 92 <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2022.102128>
- Mezerville, G. (1995). *El aprendizaje de la autoestima como proceso educativo y terapéutico*. *Revista Educación*. 17(1), 5-15 <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/download/12688/11940/15>
- Moreno, K. & Perez, J. (2023). *Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes. Alto Moche, Trujillo 2023* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/133048/Moreno_P_KL-Perez_LJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Naganandini, R. (2019). *Self-esteem among adolescents*. *International Journal of Advanced Education and Research*, 2(4), 198 – 199. https://www.researchgate.net/profile/Naganandini-Raju/publication/332843240_Self-esteem_among_adolescents/links/5ccc489e92851c4eab7ffcf/Self-esteem-among-adolescents.pdf?origin=publication_detail&tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRG93bmxvYWQiLCJwcmV2aW91c1BhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbiJ9fQ
- Naranjo, M. (2007). *Autoestima: un factor relevante en la vida de las personas y tema esencial del proceso educativo*. Revista electrónica publicada por el Instituto de Investigación en Educación. 7(3), 1-27. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>

- Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y el SI (Diciembre 2011). *Las redes sociales en internet*. https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes_sociales_documento_0.pdf
- Organización Mundial de la Salud (10 de octubre del 2024). *La salud mental de los adolescentes*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>
- Organización Mundial de la Salud. (05 de julio 2021). *Autoestima: ¿Qué es? ¿Qué podemos hacer para subirla?*. Psiquion. Documento en línea. <https://www.psiquion.com/blog/autoestima#:~:text=La%20OMS%20destaca%20que%20es,sino%20que%20va%20m%C3%A1s%20all%C3%A1>
- Ortiz, W.; Morocho, J.; Bravo, J. & Orellana, R. (2024). *Inteligencia emocional y autoestima en adolescentes ecuatorianos de educación general básica*. Revista cubana de Educación Superior, 43(2), 341-356. <https://revistas.uh.cu/rces/article/download/9512/8184>
- Pereda, M. (2017). *Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima* [Tesis de Licenciatura]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3349/Pereda_PMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Puig, M.; Sabater, P. & Rodríguez, N. (2012). *Necesidades humanas: evolución del concepto según la perspectiva social*. Aposta. Revista de Ciencias Sociales, 1(54)1-12. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950250005.pdf>

- Quintero, J. (2017). *Teoría de las necesidades de maslow*. <https://www.sanfelipe.edu.uy/wp-content/uploads/2017/04/Teor%C3%ADa-de-Maslow-de-EVA-Udelar.pdf>
- Ramos, C. (2019). *Teoría de Reasoner en la autoestima del adolescente*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional de Tumbes. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/1369>
- Robinson, L., Smith, S. & M.A. (14 de agosto de 2024). *Las redes sociales y la salud mental*. HelpGuide.org. <https://www.helpguide.org/es/problemas-de-la-adolescencia/las-redes-sociales-y-la-salud-mental>
- Robles, S. (2021). *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de 3ro, 4to y 5to grado de secundaria de un colegio de Lima, 2021*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77050/Robles_VS_L-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, C., Forster, C. & Zegers, B. (2009). *La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores*. Revista Médica Chile, 137, 791-800. <https://www.scielo.cl/pdf/rmc/v137n6/art09.pdf>
- Sal, R. & Rosas, B. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32199/Sal%20y%20Rosas%20Benites%20Ruth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sánchez, A., De La Fuente, V. & Ventura, J. (2021). *Modelos factoriales de la Escala de Autoestima de Rosenberg en adolescentes peruanos*. *Revista De Psicopatología Y Psicología Clínica*, 26(1), 47–55. <https://doi.org/10.5944/rppc.26631>
- Sociedad Española de Psiquiatría infantil. (2019). *Autoestima en niños y adolescentes*. *Sociedad Española de Psiquiatría infantil*. Documento en línea. <https://enfamilia.aeped.es/vida-sana/autoestimaen-ninos-adolescentes>
- Soria, P. & Villegas, N. (2023). *Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes*. *Revista Psicológica UNEMI*, 8(014),19-29. <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780/1733>
- Stevens, M. (2023). *Efectos negativos del uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 11 a 17 años*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000841721/3/0841721.pdf>
- Urbina, C. (2022). *Uso de redes sociales en adolescentes de una institución educativa secundaria*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Federico Villareal. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6049>
- Valdez, I. (2020). *Redes sociales y su incidencia en la autoestima en adolescentes de 16 a 17 años de la unidad educativa Roberto Perez Paton*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Mayor de San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24226/T-1254.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valdez, M. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

Autónoma del Perú.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1287/Valdez%20Panduro%2c%20Martha%20Nancy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz de consistencia

TITULO: Necesidad de Uso de Redes sociales y Autoestima en adolescentes de una Institución Educativa del distrito de Puente Piedra, 2024

Autor: Flores Valverde Yeselyn Lizbeth

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del	O. General: ¿Qué relación existe entre la necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024?	H. General: Existe relación entre la necesidad de uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente	Variable 1: Necesidad de uso de redes sociales	Tipo de investigación: Básico Nivel de investigación: Descriptivo correlacional Diseño de investigación: No experimental, no hay manipulación de muestras. Población: 151 estudiantes de tercero,

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

distrito de Puente Piedra, 2024?		Piedra, 2024.	cuarto y quinto de secundari Muestra: .116 estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: <ul style="list-style-type: none">● Escala de Autoestima de
----------------------------------	--	---------------	--

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

<p>O. Específicos:</p> <p>Determinar la relación entre búsqueda de elogios y autoestima de los en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p> <p>Identificar la relación existente entre búsqueda de aprobación y autoestima de los en adolescentes de una</p>	<p>H. Específicas:</p> <p>Existe relación entre la búsqueda de elogios y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p> <p>H1: Existe relación entre la búsqueda de aprobación y autoestima en</p>	<p>Variable 2:</p> <p>Autoestima</p>	<p>Rosenberg,</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Escala de necesidad de uso de redes sociales.
--	---	---	---

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

	<p>institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p> <p>Determinar la relación entre tiempo de uso y autoestima de los adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p> <p>Identificar la relación existente entre satisfacción al uso y</p>	<p>adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p> <p>H1: Existe relación entre el tiempo de uso y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p>		
--	---	--	--	--

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

	<p>autoestima de los en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p>	<p>H1: Existe relación entre la satisfacción al uso y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024.</p>		
--	--	--	--	--

Anexo N°2. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Reactivos
Autoestima	La autoestima es definida como un conjunto de pensamientos, sentimientos y creencias positivas o negativas respecto a uno mismo (Rosenberg, 1965, 1979; Rosenberg et al., 1995). Citado en De La Fuente et al. (2021)	Se asume la escala de autoestima de Rosenberg	Autoestima	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9

Necesidad de uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra-Lima, 2024.

<p>Necesidad de uso de redes sociales</p>	<p>Pereda (2017) menciona que la necesidad de uso de las redes sociales conlleva a un inicio de adicción a esta herramienta, tomando en cuenta que las necesidades refieren a una carencia que tiene el ser humano y que estas deben ser satisfechas para un bienestar mental y física de la persona.</p>	<p>Se asume la escala de necesidad de uso de redes sociales (NURS-MP)</p>	<p>Búsqueda de elogios.(8 ítems) Búsqueda de aprobación. (6 ítems) Tiempo al uso. (4 ítems) Satisfacción al uso (3 ítems)</p>	<p>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 9, 10, 11, 12, 13 y 14 15, 16, 17 y 18 19, 20 y 21</p>
---	---	---	--	--

Anexo N°3. Solicitud de Permiso

SOLICITO: Permiso para aplicación de pruebas psicológicas.

SEÑOR: Pr [redacted] a [redacted] [redacted]

Director de la Institución Educativa Pública " [redacted] Val. [redacted] oniar"

Yo, **Yeselyn Lizbeth Flores Valverde**, identificada con DNI: 71442920, con domicilio en Mz. B Lt. 13 coop. Los sureños, del distrito de Puente Piedra, provincia Lima, departamento de Lima. Ante Ud. me presento y expongo.

Que, teniendo la necesidad de investigar, solicito a Ud. permiso para realizar un trabajo de investigación con los estudiantes de 3°, 4° y 5° año de secundaria de la institución que Ud. dirige, la misma que lleva por título: **"Redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa del distrito de Puente Piedra, 2024"**, y que es conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciada en Psicología por la Universidad Privada del Norte, con sede en Los Olivos.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Lima, 07 de noviembre de 2024



SUBDIREC [redacted]

RECIBIDO 07-11-24

Anexo N°4. Consentimiento informado del padre de familia

CONSENTIMIENTO INFORMADO DEL PADRE DE FAMILIA

Estimado(a): _____

Con el debido respeto, me presento, soy **Yeselyn Flores Valverde**, bachiller en Psicología de la Universidad Privada del Norte. Actualmente me encuentro realizando una investigación sobre **“Redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024”** y para ello quisiéramos contar con la importante colaboración de su menor hijo(a). El proceso consiste en la aplicación de dos instrumentos: **La escala de Autoestima de Rosenberg y la escala de necesidades de uso de redes sociales.**

De aceptar que su menor hijo(a) participe en a investigación, se informará todos los procedimientos de la misma y se resolverán dudas si las hubiera.

Gracias por su colaboración.

Atte.

Yeselyn Lizbeth Flores Valverde
Bachiller en psicología
Universidad Privada del Norte

Consentimiento informado

Yo, _____ acepto voluntariamente que mi menor hijo (a) _____ participe de esta investigación y que toda información proporcionada es estrictamente confidencial y netamente académica.

Firma

DNI:

Anexo N°4. Consentimiento informado del adolescente

Consentimiento informado del adolescente

Estimado adolescente de la IE N° 5180 Abraham Valdelomar, el presente consentimiento informado indica que se habló con usted sobre el proyecto: **“Redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa del distrito de Puente Piedra, 2024”** y que se han realizado libremente todas las preguntas y dudas, las mismas que han sido aclaradas antes de la aplicación de los test.

Mediante el presente documento usted está de acuerdo en participar en este estudio de forma libre, voluntaria y competente, el mismo que no genera ningún daño a su persona, ya que es con fines estrictamente académicos.

Iniciales del adolescente

Firma

Yeselyn Lizbeth Flores Valverde
Bachiller en psicología
Universidad Privada del Norte

Anexo N°5. Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

Prueba NURS

Colegio : Grado :
 N° de prueba : Edad :
 Sexo : Fecha :

En el siguiente cuadro encontrarás algunas preguntas acerca del uso de las redes sociales, lee atentamente cada pregunta y marca la respuesta que se aproxime más a ti.

- 1 = Nunca
- 2 = Casi Nunca
- 3 = Casi Siempre
- 4 = Siempre

N°	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	1	2	3	4
2	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	1	2	3	4
3	Imito cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para captar la atención de las personas en mí.	1	2	3	4
4	Las redes sociales hacen que mi vida sea feliz y divertida.	1	2	3	4
5	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	1	2	3	4
6	Suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	1	2	3	4
7	Hago uso de las redes sociales, porque en casa mis familiares no me prestan atención.	1	2	3	4
8	Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	1	2	3	4
9	El aspecto físico es muy importante para entablar nuevas amistades.	1	2	3	4
10	Me siento mejor conmigo mismo cuando tengo un mayor número de amistades en las redes sociales.	1	2	3	4
11	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	1	2	3	4

12	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	1	2	3	4
13	Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	1	2	3	4
14	Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	1	2	3	4
15	Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
16	Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	1	2	3	4
17	Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
18	Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
19	Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	1	2	3	4
20	Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	1	2	3	4
21	Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	1	2	3	4

Anexo N°6. Escala de autoestima de Rosenberg.

Prueba RSE

Instrucciones: Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con un aspa la alternativa elegida.

1	2	3	4
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo

	1	2	3	4
1. Me siento una persona tan valiosa como las otras				
2. Casi siempre pienso que soy un fracaso*				
3. Creo que tengo algunas cualidades buenas				
4. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás				
5. Pienso que no tengo mucho de lo que estar orgulloso*				
6. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo				
7. Casi siempre me siento bien conmigo mismo				
8. Me gustaría tener más respeto por mí mismo* (omitido)				
9. Realmente me siento inútil en algunas ocasiones*				
10. A veces pienso que no sirvo para nada*				